

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGANTELKOM SPEEDY
AREA SURABAYA SELATAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

ARIC ATMAJA
0712010095/FE/EM

KEPADA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN TELKOM SPEEDY
AREA SURABAYA SELATAN

Disusun Oleh:

Aric Atmaja
0712010095/FE/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 05-Oktober-2012

Pembimbing Utama

Tim Penguji
Ketua

Wiwik Handayani, SE, MSi

Dra. Ec. Luky Susilowati, MP

Sekretaris

Dra. Ec. Nuruni Ika KW, MM

Anggota

Drs. Ec. Herry Pudjo P, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 196309241989031001

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan hidayah dan karunianya-Nya, sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan yang baik ini, perkenankan penulis dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati untuk menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu guna mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Drs. Rahman Amrullah Suwaidi, MS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Saiful Anwar, MSi., selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Ibu Wiwik Handayani, SE, MSi, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan, meluangkan waktu dan memberikan bimbingan guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Ucapan terima kasih kepada keluargaku, bapak dan ibu serta saudara yang senantiasa memberikan do’a dan dukungan baik moral maupun materil dengan tulus ikhlas.
8. Ucapan terima kasih juga kepada teman-temanku yang telah membantu dan telah memberikan dukungan dan semangat.
9. Sahabat, teman sekaligus kekasih kuliah Nopha Rosita Inggasari yang telah memberikan semangat, serta bantuannya.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa isi dan cara penyajian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalaminya di masa yang akan datang.

Surabaya, Agustus 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
 Bab I Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
 Bab II Tinjauan Pustaka	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Perilaku Konsumen	11
2.2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	11
2.2.1.2. Faktor Perilaku Konsumen.....	11
2.2.2. Kualitas Layanan	15
2.2.2.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	15
2.2.2.2. Dimensi Kualitas Layanan.....	18
2.2.2.3. Mengelola Kualitas Layanan.....	20
2.2.2.4. Prinsip Kualitas Layanan	22

2.2.3. Kepuasan Pelanggan	24
2.2.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	24
2.2.3.2. Strategi Kepuasan Pelanggan	25
2.2.3.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	27
2.2.4. Loyalitas Pelanggan	27
2.2.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	27
2.2.4.2. Pengukuran Loyalitas Pelanggan	29
2.2.5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.2.6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.3. Kerangka Konseptual	31
2.4. Hipotesis	32
 Bab III Metode Penelitian	
3.1. Definisi Operasional	33
3.1.1. Definisi Operasional Variabel	33
3.1.2. Pengukuran Variabel	36
3.2. Teknik Penentuan Sampel	36
3.2.1. Populasi	36
3.2.2. Sampel	37
3.3. Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1. Jenis Data	37
3.3.2. Sumber Data	38
3.3.3. Pengumpulan Data	39

3.4. Uji Kualitas Data	39
3.4.1. Uji Validitas	39
3.4.2. Uji Reliabilitas	40
3.5. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	40
 Bab IV Hasil dan Pembahasan	
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	43
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	46
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.2.1. Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.2.2. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan	50
4.2.3. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	55
4.2.4. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	57
4.3. Deskripsi Hasil Analisis dan Uji Hipotesis	59
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	59
4.3.2. Evaluasi Atas Outlier	62
4.3.3. Uji Inner Model	63
4.4. Pembahasan	64
Bab V Kesimpulan dan Saran	68
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran	69

Daftar Pustaka

Lampiran

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Data Pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan Tahun 2011	4
Tabel 1.2	Alasan Pelanggan Berhenti Menggunakan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan Tahun 2011	5
Tabel 1.3	Data Komplain Pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan Tahun 2011	6
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.5	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Reliability (Kehandalan)	50
Tabel 4.6	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Assurance (Jaminan)	51
Tabel 4.7	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Tangibles (Penampilan Fisik)	52
Tabel 4.8	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Emphaty (Empati)	53
Tabel 4.9	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Responsiveness (Daya tanggap)	54
Tabel 4.10	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	55

Tabel 4.11	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas	
	Pelanggan	57
Tabel 4.12	Hasil Uji Convergen Validity	60
Tabel 4.13	Hasil Uji Average variance extracted (AVE)	61
Tabel 4.14	Hasil Uji Composite Reliability	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Outer Weight	62
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Outlier Multivariate	63
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Inner model	64
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Koefisien Path	64

Daftar Gambar

Gambar 1.1. Data Pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan Tahun 2011.....	5
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	31
Gambar 3.1 Kerangka Model PLS	42
Gambar 4.1 Kerangka Model PLS	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner
Lampiran	2	Rekapitulasi Jawaban Responden
Lampiran	3	Deskripsi Jawaban Responden
Lampiran	4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk
Lampiran	5	Hasil Uji Outlier
Lampiran	6	Hasil Uji Inner Model
Lampiran	7	Hasil Koefisien Path

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN TELKOM SPEEDY
AREA SURABAYA SELATAN

Aric Atmaja

ABSTRAK

Kegiatan utama setiap perusahaan adalah berupaya untuk menjual produk atau jasa yang dihasilkannya agar dapat dinikmati dan diterima oleh para pelanggannya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi suatu perusahaan menempatkan masalah kepuasan pelanggan melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnis dan pelanggan yang merasa puas akan memiliki kemungkinan lebih besar untuk loyalitas. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y), dan Loyalitas Pelanggan (Y). Skala dalam penelitian ini menggunakan skala interval semantic differential scale. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Telkom Speedy pada PT.Telkom Area Surabaya Selatan berjumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Lest Square.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

keyword : kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kegiatan utama setiap perusahaan adalah berupaya untuk menjual produk atau jasa yang dihasilkannya agar dapat dinikmati dan diterima oleh para pelanggannya. Kegiatan ini merupakan tonggak utama agar setiap perusahaan dapat bertahan dan eksis di tengah-tengah masyarakat dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Kegiatan ini terkait erat dengan penjualan. Setiap perusahaan, jika tidak memiliki ide-ide cemerlang untuk mendapatkan kepercayaan pasar melalui kegiatan-kegiatan penjualan maupun pemasaran yang sesuai dengan tuntutan pasar, maka produk atau jasa yang dihasilkannya akan sia-sia, karena tidak akan menghasilkan apa-apa bagi kemajuan perusahaan.

Pada era globalisasi seperti yang kita lihat sekarang ini banyak perusahaan berlomba-lomba mencoba untuk melayani dan memperhatikan konsumen mereka lebih baik dari competitor (pesaing) mereka. Untuk mendapatkan konsumen, akan lebih baik jika pihak perusahaan tahu apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Hal yang penting yang harus dilakukan adalah menggali informasi tentang perilaku konsumen sebanyak-banyaknya. Semakin tinggi tingkat persaingan di bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan yang kompetitif (*competitive advantage*) tidak mudah. Untuk mencapai hal itu perusahaan harus menerapkan konsep

pemasaran modern yang berorientasi pasar atau konsumen, karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan perusahaan (Kotler, 1994).

Menurut Lovelock (1991) dalam Hartanto (2010) di dalam pemasaran, kualitas pelayanan yang sangat baik dan efektif akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Zeithmal (1990) dalam Paramarta (2008) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan persepsi dari para pelanggan dimana pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Pelanggan dapat mempersepsikan kualitas pelayanan tersebut sesuai dengan harapan atau tidak sesuai dengan harapan. Dengan demikian kualitas pelayanan harus benar-benar dikelola secara profesional, karena perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu memberikan pelayanan pada konsumennya. Adapun tujuan dari manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai kualitas pelayanan tertentu dimana erat kaitannya bila dihubungkan dengan kepuasan konsumen (Hartanto, 2010).

Perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004). Dalam rangka membangun kepuasan, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi suatu perusahaan menempatkan masalah kepuasan pelanggan melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnis. Kepuasan pelanggan sebelumnya akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kepuasan akan timbul setelah seseorang telah

mengalami pengalaman dengan kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa tersebut (Bloemer dalam Hartanto, 2010).

Menurut Schnoor dalam Tjiptono, (2004), pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta pelanggan baru. Cronin (1992) dalam Hartanto (2010) mengemukakan adanya hubungan yang signifikan positif antara kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri menurut Wilkie dalam Tjiptono (2004:89) sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Pelanggan yang merasa puas dapat berdampak pada loyalitas pelanggan dimana menurut Menon (1999) dalam Japutra (2009) mengemukakan kepuasan mempunyai pengaruh yang kuat pada pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian kembali dari sebuah penjual dan mengembangkan hubungan antara penjual dan pembeli. Assael (1995) dalam Wijayanti (2008) mengemukakan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Loyalitas pelanggan dipandang sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif seseorang dan bisnis berulang. Hubungan ini dipandang karena dihubungkan oleh norma-norma sosial dan faktor-faktor situasional

Peneliti dalam penelitian ini mengambil objek PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk memiliki visi "To Become a Leading InfoCom Player in the Region" senantiasa berusaha untuk memberikan layanan dan jasa terbaik bagi masyarakat Indonesia.

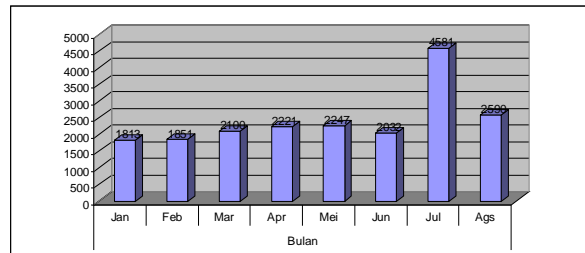
Salah satu layanan unggulan Telkom Speedy menggunakan teknologi ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line), yang menghantarkan sinyal digital berkecepatan tinggi melalui jaringan telepon secara optimal bagi keperluan konsumsi konten internet, dengan kecepatan data dari 384 kbps hingga 10 Mbps. yang dijamin dari Modem sampai BRAS (Broadband Remote Access Server) di sisi perangkat TELKOM. Dengan slogan "Broadband Internet Access for Home and Small Office" maka Telkom Speedy menjadi solusi utama bagi akses broadband koneksi Internet tidak hanya di kalangan bisnis namun meluas sampai ke rumah-rumah.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti pada PT.Telkom Area Surabaya Selatan diduga adanya permasalahan pada jumlah pelanggan dimana terjadi pertumbuhan yang fluktuatif selama Bulan Januari 2011 - Agustus 2011 yang ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan Tahun 2011

STO	Bulan							
	Jan-11	Feb-11	Mar-11	Apr-11	Mei-11	Jun-11	Jul-11	Ags-11
Darmo	227	189	272	224	371	516	937	597
Gubeng	211	215	246	259	266	194	797	333
Injoko	182	176	151	208	167	157	438	169
Jagir	192	220	248	335	239	217	471	378
Manyar	394	359	470	442	539	355	923	537
Rungkut	273	294	290	346	279	217	567	265
Waru-1	166	170	246	201	213	189	335	187
Waru-2	168	228	177	206	173	187	113	124
Total	1813	1851	2100	2221	2247	2032	4581	2590

Sumber: Data Internal Telkom (Diolah Peneliti)



Gambar 1.1
Data Pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan Tahun 2011

Berdasarkan data tabel dan gambar diatas diketahui bahwa terdapat pertumbuhan telkom speedy yang fluktuatif pada telkom dimana terjadi penurunan yang cukup besar pada bulan Juli ke Agustus dimana pada bulan Juli sebanyak 4581 pelanggan turun menjadi 2590 pelanggan pada bulan Agustus, adanya penurunan jumlah pelanggan tersebut mengindikasikan adanya masalah pada loyalitas pelanggan yang rendah karena pelanggan berhenti untuk menggunakan jasa telkom speedy.

Terjadinya penurunan jumlah pelanggan tersebut diduga disebabkan oleh beberapa hal yakni diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Alasan Pelanggan Berhenti Menggunakan
Telkom Speedy Area Surabaya Selatan Tahun 2011

Alasan Cabut	Bulan			Total
	Jun-11	Jul-11	Agts-11	
Batal PSB	7	6	3	16
Efisiensi	18	4	13	35
Jarang Dipakai	32	27	31	90
Lambat	2	2	3	7
Mahal	7	13	6	26
Mengganggu Belajar	3	1	4	8
PC Rusak	17	9	7	33
Pindah Alamat	90	49	57	196
Pindah Ke Flexi	9	3	11	23
Pindah Paket	5	4	10	19
Promo Habis	58	14	7	79
Renovasi	4	3	4	11
Tidak Merasa PSB	2	2	1	5
Total	254	137	157	

Sumber: Data Internal Telkom (Diolah Peneliti)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa banyak alasan berhenti menggunakan Telkom Speedy baik dari alasan pribadi maupun karena merasa tidak puas terhadap pelayanan Telkom Speedy seperti halnya karena lambat dan mahal. Hal tersebut disebabkan oleh faktor kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Ketidakpuasan terhadap pelayanan Telkom Speedy diduga karena adanya pelayanan yang kurang memuaskan dari Telkom Speedy, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data Telkom Speedy Area Surabaya Selatan seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.3
Data Komplain Pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan
Tahun 2011

Komplain	Bulan			Total
	Jun-11	Jul-11	Agts-11	
Batal cabut	14	15	19	48
Batal Pasang	0	1	1	2
Diskon tidak terpotong	24	18	16	58
Free Abn Pertama	0	2	5	7
Gangguan	9	4	7	20
Pindah Paket	23	27	26	76
Salah Paket	5	1	7	13
Speedy Belum Aktif	27	9	27	63
Telat Cabut	280	162	134	576
Tidak Merasa Pasang	5	3	2	10
Total	387	242	244	

Sumber : Data Internal Telkom (Diolah Peneliti)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa terdapat permasalahan pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Telkom Speedy Area Surabaya Selatan dimana banyak komplain yang masuk mengenai pelayanan yang diterima.

Menurut Bloemer dalam Hartanto (2010) kepuasan akan timbul setelah seseorang telah mengalami pengalaman dengan kualitas jasa yang diberikan oleh

penyedia jasa tersebut dan Assael (1995) dalam Wijayanti (2008) juga mengemukakan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut.

Berdasarkan teori dan fenomena yang terjadi maka peneliti dalam penelitian ini mengambil judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan"

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan?
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Telkom Speedy Area Surabaya Selatan?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Untuk kepentingan terapan

Manfaat yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam menyusun suatu sistem peningkatan mutu layanan agar tercipta kepuasan pelanggan sehingga pelanggan melakukan pembelian ulang.

2. Untuk kepentingan ilmiah

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada penelitian selanjutnya agar faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini dapat dikembangkan, sehingga mampu mengcover kondisi yang kompleks dalam dunia nyata secara teoritis.